



A Seleção Brasileira como propaganda do Governo. Getúlio em 1938 e os militares em 1970¹

Filipe Fernandes Ribeiro Mostaro²
Universidade Federal de Juiz de Fora, Juiz de Fora, MG

Resumo

Em ano de Copa do Mundo, quando o brasileiro fica com o nacionalismo aflorado e as ruas ganham o verde e amarelo, é pertinente discutir e analisar como essa onda ufanista começou. O esporte mais popular do mundo ganhou contornos de mania nacional e foi explorado pelos políticos em diferentes épocas. O trabalho mostra como o futebol foi usado como propaganda de governos ditatoriais e como se construiu uma identidade nacional e uma coletividade através dele. Como o rádio ajudou a formar essa identidade com o governo de Getúlio Vargas em 1938 e como a televisão consolidou esse esporte como elemento de patriotismo com os militares em 1970.

Palavras-chave: futebol; seleção; ditadura; propaganda.

Introdução

Quando assistimos a um jogo da Seleção Brasileira de futebol, vemos na camisa canarinho um dos símbolos nacionais. É como se ela se tornasse um símbolo oficial, uma maneira de demonstrar que ali existe um brasileiro, seja na torcida ou em campo, como se ele empunhasse o brasão da república ou a bandeira nacional. No exterior o Brasil é reconhecido pela camisa amarela em qualquer lugar. Toda essa identificação do povo brasileiro com a seleção nacional de futebol deve-se à forma com que esse esporte se enraizou na cultura do país e fez com que falássemos do esporte bretão como a grande paixão nacional. Seja pela diversidade étnica do país ou pela forma democrática que o esporte apresenta, o seu fator de integração nacional em torno de um mesmo ideal (o sucesso da seleção) mostra a força que a idolatria por um time modifica e agita um país inteiro.

É claro que toda essa idolatria leva a uma alegria coletiva no caso de uma vitória e de uma tristeza geral quando a seleção é derrotada. É como se o país ganhasse ou perdesse junto com os jogadores. Dessa forma, esse poder de tornar o país mais alegre com um título fez com que governos passassem a explorar a seleção, associando a

¹ Trabalho apresentado no DT 1 – Jornalismo do XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 13 a 15 de maio de 2010.

² Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora, email: filipemostaro@hotmail.com



vitória a um momento bom para o governante, como se ele tivesse entrado em campo junto com os jogadores. Essa idéia de esporte junto ao Governo começou no Brasil com Getúlio Vargas, durante o Estado Novo. E foi explorada por todos os governantes que tiveram durante seu mandato um título brasileiro da Copa do Mundo. Este artigo vai abordar como duas ditaduras usaram o futebol para se promover, fazer propaganda do regime e encher as páginas dos jornais de assuntos que nada tinham a ver com o que acontecia nos porões da ditadura.

Copa de 1938 – “Quando perde a seleção, perde o país.”

O governo Vargas no Brasil foi responsável pela transição da população do campo para a cidade. A industrialização e a urbanização de forma acelerada concretizou-se nesta época. Após a crise de 1929, que culminou com a quebra da bolsa de valores de Nova York, o principal produto de exportação brasileira, o café, que era a base da nossa economia e mantinha a base política de Minas Gerais e São Paulo no poder ruiu. A derrota da oligarquia dos coronéis foi inevitável e dentro de um clima de nacionalismo que surgiu na Semana de Arte Moderna de 1922 sugeria um país diferente. Os valores da pátria estavam no auge, sentimentos nacionalistas e a deglutição cultural pregavam um país com orgulho próprio, que precisava se desprender do seu passado, que não dependesse externamente de outros países na economia, que tivesse uma valorização e a consolidação de uma cultura nacional. Era preciso aceitar o “novo” brasileiro que nascia junto com a saída do campo e a ida para a cidade.

Esse “novo” brasileiro trabalhava nas fábricas e morava na cidade. Os ingleses que vieram para o Brasil para implantar as fábricas traziam também o gosto pelo futebol como tradição dos operários ingleses. Foi nesse momento que o esporte, até então elitista, se torna popular e capaz de mobilizar massas. O futebol vai ser usado para criar uma nova “nação”, por atrair grande público, e desta forma sair do amadorismo e se tornar profissional e acima disso, uma instituição nacional.

Foi nos anos 30 com Getúlio que se instaurou a profissionalização no futebol. O momento político e cultural do Brasil instigava o trabalhador assalariado: “As leis trabalhistas são de harmonia social” – como afirmava o próprio Getúlio. Além disso, as elites, baseadas na tradição européia, pregavam o amadorismo, como uma distinção entre eles e as camadas mais populares. Portanto, numa atitude mais populista do que visionária, que pregava as “verdadeiras raízes brasileiras” e mais para controlar, disciplinar e sindicalizar os jogadores para o que já se enxergava como grande



manifestação popular da época passou a se ter jogadores profissionais, culminando com a criação já em 1941 do Conselho Nacional do Desporto.

Apesar da resistência de alguns segmentos mais conservadores, o crescimento da ideologia da construção de uma identidade de povo e de nação, fundada no imaginário do mulato, colabora para a profissionalização. A influência negra e indígena, que no início do século era considerada a negação na identidade Brasil, é agora vista como o fundamento de uma ideologia nacional, a brasilidade. Aliás, uma cultura política que não ficou restrita ao período Vargas (1930 a 1945), mas que perpetrou também a fase nacional-populista subsequente. (RIBEIRO, 2003)

Da mesma forma com que o futebol crescia como cultura popular, o rádio era o veículo de comunicação de massa mais poderoso para unir um país tão grande tanto no seu território quanto em sua diversidade. Getúlio percebeu que a união de futebol e rádio era inevitável e usou um para difundir suas idéias de nacionalidade através do outro.

O Brasil entra nos anos 30 diante de um grande fenômeno de cultura de massas. O rádio é apresentado como um dos instrumentos que vai promover a integração nacional e o futebol, que vinha se tornando mania nacional, poderia perfeitamente contribuir com isso também. A política, em toda essa história do desenvolvimento do rádio e futebol no país, se aproveitou muito da paixão do torcedor.(...) Enquanto um, o rádio, surgiu como primeiro veículo de comunicação de massa, o outro se transformou no esporte que maior paixão despertou no brasileiro. Ambos nasceram no berço das elites, mas logo se transformaram em mania nacional, com base na emoção e criação de ídolos. (GUERRA,2006)

O rádio não só levou o futebol para todo canto do país, mas realizou um “casamento perfeito” com esse esporte. O rádio leva a vibração, emoção de dentro do campo para o torcedor, pela narrativa do locutor. Em 1932, o rádio vai receber um incentivo fundamental para ganhar de vez a popularidade: através do decreto 21.111 foi autorizada a propaganda no rádio. Esse meio eletrônico vai se incorporar à sociedade brasileira e principalmente ao futebol como parte integrante do mesmo. Não é à toa que os grandes ídolos nacionais ganharam destaque através da narrativa radiofônica e os torcedores vão ao estádio ouvindo o rádio, ou assistem pela televisão com o áudio do rádio.

Getúlio soube usar esses dois pilares a favor de seu governo. Criou, através do DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda), a Rádio Nacional que levava jogos dos times cariocas para todo o Brasil. Seus discursos para os trabalhadores nacionais eram transmitidos pelo rádio criando uma identidade nacional através do veículo; em todo o país se ouvia o mesmo jogo e o mesmo discurso.



Os anos 30 são um momento decisivo na relação entre o futebol e a sociedade brasileira. Enquanto o meio político-cultural começa a redefinir as concepções acerca do ‘nacional’, a popularidade do futebol é impulsionada tanto pelo desenvolvimento do rádio como meio de comunicação de massa quanto pela oficialização do profissionalismo dos jogadores, fato este que transforma o jogo em trabalho. O futebol, assim, estabelece-se como um meio de integração e ascensão sócio-econômica para as camadas populares – historicamente excluídas –, bem como torna-se um dos elementos que viriam a caracterizar a identidade nacional brasileira (FRANZINI, 1997).

Inspirado no sucesso do fascismo italiano de Mussolini na Copa de 1934, onde o *Dulce* usou a Copa descaradamente como propaganda de seu regime, enaltecendo a disciplina e eficiência como fator de superioridade nacional, e Hitler nas Olimpíadas de 1936 em Berlim que só não conseguiu o sucesso pretendido porque um negro americano chamado Jesse Owens se encarregou de provar ao *Fuher* que a raça ariana não era soberana, Vargas seguiu os passos e decidiu que o time de futebol do Brasil em 1938 seria uma propaganda de seu regime e do seu projeto de coesão social. Para tal designou um dos seus homens de confiança para ser o chefe da delegação do Brasil, Lourival Fontes, para que nada fugisse ao seu controle. Dentre algumas de suas atitudes, Lourival recomendava aos jornais que parassem de criticar a seleção. Algumas preleções do time eram feitas ao lado da bandeira nacional, não foi á toa que o time brasileiro derrotado pela Argentina no Sul-Americano de 1937 foi recebido como soldados que voltavam de uma batalha.

Vargas decidiu, através da CBD, que Alzira Vargas, sua filha, seria a madrinha da Seleção Brasileira. Incentivadas pelo governo, as autoridades locais dispensavam os trabalhadores nos dias de jogos do Brasil. Pela primeira vez uma Copa foi transmitida ao vivo pelo rádio. Todos iam acompanhar o jogo em casa ou pelos alto-falantes espalhados nas praças, ouvindo a mesma narração que o presidente ouvia em sua casa com a esposa e a “madrinha” da seleção, criando uma coletividade, todos torcendo pelo mesmo ideal: a seleção.

Uma vez o futebol sendo popular, ia ao encontro das pretensões governamentais do presidente Getúlio Vargas em transformá-lo em um elemento de identificação nacional. O objetivo por parte do governo caminhava no sentido de associar elementos típicos do que se entendia ser uma cultura popular ao que supostamente haveria de mais peculiar no brasileiro, bem como instigar neste um sentimento de orgulho patriótico. O futebol já podia ser entendido como popular e mobilizador antes da década de 30; o que aconteceu a partir do governo de Vargas foi a utilização deste esporte de intenso apelo junto ao povo pelo Estado como meio para que se atingisse “as massas”, com a nítida posição do governo em encampá-lo e institucionalizá-lo (FRANZINI, 1997).



Getúlio acreditava que o time sairia campeão dessa copa e que isso seria fundamental para concretizar sua política de nacionalização e de recuperação da autoestima do povo brasileiro. Apostava em craques com Domingos da Guia e Leônidas da Silva para voltar da França com a Jules Rimet. A camisa ainda não era a amarelinha, era branca. Foi a primeira vez que se formou uma verdadeira seleção do país, foram convocados os melhores atletas e as brigas entre cartolas, como em 1930, foram sucumbidas com o peso de Vargas e seu homem de confiança dentro do time.

Da madrinha da seleção Alzira Vargas, passando pelo embaixador brasileiro na França, por todas autoridades públicas que doaram dinheiro para a delegação, além dos empresários, das atividades econômicas privadas, nacionais ou estrangeiras, chegando ao mais simples torcedor. A nação, unida, mostrava-se de prontidão, atenta para enfrentar os inimigos que viessem pela frente; a unidade nacional construída a partir do futebol, revelava a força do Brasil, que manifestava-se apontando a total falta de temor diante de inimigos tão fortes. (NEGREIROS, 1998)

Os grandes astros do time eram negros, mostrando que o país estava encampando a idéia de aceitar suas raízes étnicas e que poderia vencer com o talento, com a maneira brasileira de jogar e não a européia. Esperava-se que o futebol brasileiro seria coroado nesta Copa, e a forma de jogar do brasileiro encantou a França. O Brasil passava a ser conhecido pelo seu mérito, por algo que fazia com mérito, valorizando a raça brasileira. A miscigenação do branco, índio e negro era vista na seleção como o fator extra que o Brasil tinha e que as outras seleções não. "Creio que uma das condições para a vitória dos brasileiros nos encontros europeus, prende-se ao fato de termos a coragem de mandar à Europa desta vez um team francamente afro-brasileiro" (FREYRE *apud* NEGREIROS, p. 223). Tudo isso dentro da política dos valores das verdadeiras raízes brasileiras pretendida por Vargas.

O dia 5 de junho de 1938 entrou para a história do rádio no Brasil. Com a narração de Gagliano Neto e o patrocínio do Cassino Urca, o brasileiro pode acompanhar pela primeira vez uma Copa do Mundo ao vivo, pelo rádio. A seleção se saiu bem na estreia frente à Polônia vencendo por 6 a 5 e encantando os franceses com um jogo decidido na prorrogação com três gols de Leônidas. Os jornais cariocas divulgaram o primeiro jogo do Brasil na Copa desta forma:

"Todo o Brasil, esportivo ou não, estará com sua atenção concentrada, amanhã, na estréia dos brasileiros na III 'Taça do Mundo'. Jamais a alma do povo brasileiro vibrou tanto em torno da campanha de uma representação nacional numa competição esportiva no estrangeiro, e a ansiedade é plenamente justificável, pois pela primeira vez nos empenhamos seriamente em rumar para



o outro lado do Atlântico perfeitamente organizados e contando com o apoio moral e material de toda a nação. (...) (NEGREIROS, 1998)

A novidade de uma transmissão ao vivo direto do continente europeu, maravilhava os brasileiros, que paravam para acompanhar a seleção. Os que não tinham rádio ficavam no Largo do Paissandu, em São Paulo, ou diante da Galeria Cruzeiro, no Rio de Janeiro. Por todo o país, os estádios de futebol e as praças também tinham alto-falantes que faziam toda uma nação torcer para 11 brasileiros na França. O narrador Gagliano Neto, que fez toda a transmissão da Copa para o Brasil, viajava junto com a seleção, tornando-se além de um narrador, um “integrante” do time, o que ficava claro nas transmissões e ajudava a criar o sentido de coletividade em torno da seleção nacional. Na cobertura do rádio na Copa do Mundo de 1938, as Organizações Byington, poderoso grupo econômico, detinha exclusividade da transmissão e cabine de rádio cativa nos principais estádios brasileiros na época.

Os cinco *prélios* dos quais o *scratch* brasileiro participou, mais o *match* final que decidiu o *certamen*, foram irradiados para a Cadeia de Emissoras Buynnton. Formada pelas rádios Clube do Brasil e Cruzeiro do Sul do Rio de Janeiro, Cosmos e Cruzeiro do Sul de São Paulo, além da Rádio Clube de Santos, em colaboração com os jornais O Globo e Jornal dos Sports, sob o patrocínio exclusivo do Cassino da Urca, o sucesso foi imediato. Conforme o *team patricio, constituído por moços fortes, fazia cair os adversários*, outras emissoras, de norte a sul, de leste a oeste do país foram se integrando à *performance espetacular* do rádio. (ORTRIWANO, 2000)

Uma vez que apenas um Grupo transmitia, o público ficava com apenas um discurso, apenas um olhar sobre o evento, podendo ser manipulado de acordo com a vontade de quem queria tirar proveito do torneio: o governo.

Depois da Polônia, veio a Tchecoslováquia e após um jogo e uma prorrogação empatada, Roberto fez o gol que levava o Brasil à semi-final no jogo de desempate. O país inteiro acreditava no título, pela primeira vez o Brasil ia longe em uma Copa. A próxima adversária seria a Itália, atual campeã e favoritíssima, até porque a seleção não teria Leônidas. Mas o país inteiro acompanhava pelo rádio os jogos, como se pudesse em pensamento entrar em campo e defender as cores do Brasil. Os jogadores eram o país inteiro numa coletividade construída pelo governo Vargas.

A derrota com um pênalti duvidoso cometido por Domingos da Guia e convertido por Giuseppe Meazza, levou o Brasil à disputa de terceiro lugar contra a Suécia. E fez Getúlio escrever em seu diário: “O jogo de ‘football’ monopolizou as atenções. A perda do ‘team’ brasileiro para o italiano causou uma grande decepção e



tristeza no espírito público, como se se tratasse de uma desgraça nacional”(VARGAS, 1995, v.2, p.140).

Leônidas marcou mais 2 gols contra a Suécia, terminou a Copa como artilheiro e ganhou o apelido de “homem-borracha”, por fazer lances incríveis, alguns deles que permanecem até hoje no futebol, como a bicicleta. Foi usado como garoto-propaganda para “emprestar” seu recente apelido “diamante-negro” a um chocolate até hoje comercializado no Brasil. Os jogadores foram ovacionados em sua chegada ao Brasil, desfilaram em carreatas e os jornais exaltaram a força do time, que só teria perdido pelo erro de arbitragem. O futebol passou a ser algo de grande importância para o brasileiro. Tornou-se popular, fez o brasileiro se ver como indivíduo de uma nação através de um grande elemento identificador: o futebol.

O ano de 1938 é assim o marco histórico, se precisamos de um, da descoberta do Brasil como o “país do futebol”, unido de modo nacional à noção de brasilidade emanada de sua seleção em campos estrangeiros, jogando com características próprias e que, com o tempo, se tornariam indissociáveis da própria definição que o brasileiro faria de si mesmo. (GUTERMAN, 2009, p.84)

Esse tipo de tratamento dado ao futebol não foi por acaso. Vargas, que afirmava que “quando perde a seleção, perde o país”, percebeu o potencial de mobilização que esse esporte tem e o usou para implementar a política nacionalista de seu governo, criando um patriotismo em torno do esporte bretão que dura até hoje na sociedade brasileira.

Copa de 1970 – “Pra frente Brasil!”

Após a Copa de 1938 o futebol se tornou sinônimo de brasilidade, em 1950 a derrota foi uma comoção nacional poucas vezes vista na história do país, os títulos vieram em 1958 e em 1962. Em 1966 todos esperavam o tricampeonato do Brasil, mas após uma série de erros na preparação da seleção que chegou a convocar 44 jogadores para chegar aos 22 que iriam para a Inglaterra, o time foi eliminado na primeira fase. A idéia de desorganização e indisciplina eram os pontos mais falados e tidos como explicação para a derrota. O Brasil vivia um regime militar desde 1964, mas em 13 de dezembro de 1968, o país conheceria o mais duro golpe à sua democracia: o AI-5. A escuridão em que o Brasil mergulhava com o ato duraria um longo tempo. O regime militar precisava de uma legitimação, mostrar o que para os militares era óbvio: era um



governo que tinha salvo o país. O povo tinha que aceitar a idéia de que o milagre econômico, ao lado do autoritarismo e um nacionalismo forte seriam o caminho para o país atingir o desenvolvimento.

Foi dentro desse cenário que Emilio Garrastazu Médici assumiu o país em 30 de outubro de 1969. Médici era um representante da linha dura militar e queria de qualquer forma obter a legitimidade popular. Ex-atacante do Grêmio de Bagé, o general era bem visto pelos trabalhadores, pois o país vivia uma época fértil para o emprego, e tinha uma identificação muito grande com o futebol. Somando a esses dois fatores à proximidade da Copa de 1970, encontramos o grande objetivo de Médici: tornar a Copa um momento mágico da história brasileira. Esse fator gerou um paradoxo na sociedade brasileira. De um lado a intelectualidade brasileira, que estava na luta armada ou no exílio considerava que torcer para a seleção seria compactuar com o regime e de outro lado, como não torcer para uma seleção repleta de craques e que jogava o futebol genuinamente brasileiro? (GUTERMAN, 2009)

Antes da Copa o técnico era João Saldanha, comentarista esportivo de grande popularidade e prestígio que tinha dirigido o Botafogo em 1957, conquistando o Campeonato Carioca. Saldanha tinha ligações com o PCB e tinha sido militante comunista nos anos 40. Sua campanha com a seleção foi excelente: 6 jogos, 6 vitórias. Mas um clima de instabilidade começou a ser enfatizado pela imprensa, como noticiou o jornal Última Hora. “Os jogadores quase não falaram, demonstrando para muita gente que há algo de errado.” (ÚLTIMA HORA apud GUTERMAN, 2009. p.164)

As críticas à seleção geravam respostas contundentes de Saldanha, criando um clima insuportável, culminando na declaração do então técnico do Flamengo, Yustrich, que era um dos cotados para assumir a vaga do “João sem medo”. “Se Saldanha continuar com o mesmo comportamento que teve até agora, acho que pode haver uma intervenção do Exército na seleção, como já aconteceu em outros países onde, como no Brasil, o futebol tem, grande repercussão na vida nacional.”(ÚLTIMA HORA apud GUTERMAN, 2009, pg. 165) Como Saldanha não abriria mão de seus princípios e não se submeteria a nenhum tipo de imposição que não a sua, foi demitido por João Havelange, então presidente da CBD. Após essa polêmica, Saldanha disse sua célebre frase: “Eu não escalo seu ministério e você não escala minha seleção”. Jairzinho, furacão da Copa de 1970, afirma que “O que aconteceu foi que a retirada de Saldanha foi uma decisão política. Nem política, porque era ditadura, e política não existia. Foi



uma imposição do presidente Médici. Foi um procedimento protocolar da ditadura.”(O POVO apud GUTERMAN,2009, p. 169).

Essa discussão polêmica das interferências de Médici na seleção ganhou um outro episódio com a chegada do substituto de Saldanha, Zagallo. A convocação de Dario para Copa gerou uma grande discussão: se Médici tinha pedido a Zagallo, ou o próprio técnico tinha escolhido levar Dadá Maravilha. Esses episódios dentro da seleção levaram o ministro da educação Jarbas Passarinho a pedir explicações sobre a crise na seleção, a se reunir com Médici e declarar: “a discórdia nesse campo (a seleção brasileira) abala profundamente a opinião pública do país.”(ÚLTIMA HORA apud GUTERMAN, 2009, p.171) E dessa forma formou-se um consenso entre os militares de que a seleção precisava de ordem e disciplina. Havelange passou a receber ordens do governo, que as repassava para Zagallo. A escalção da seleção era criticada pelo ministro Passarinho e uma pressão enorme passou a ser colocada no time. A ditadura queria a Copa para afirmar seu projeto de grandeza para o país.

O ufanismo era representado pela marchinha composta por Miguel Gustavo que venceu um concurso promovido pelos patrocinadores da Copa. A letra demonstrava exatamente o projeto de Governo de Médici para o país: “Noventa milhões em ação, pra frente Brasil, salve a seleção! De repente é aquela corrente pra frente, parece que todo Brasil deu as mãos. Todos ligados na mesma emoção, tudo é um só coração! Todos juntos vamos! Pra frente Brasil! Salve a seleção!” Todo um país unido por um mesmo ideal, pra frente, continuar com o que estava sendo feito. Todos ligados na mesma emoção, de mãos dadas, juntos, era tudo que a ditadura queria, o povo legitimando o governo por intermédio do futebol.

A disciplina, que segundo os militares, foi a responsável por colocar o país nos trilhos, também foi considerada um pilar do tricampeonato. A seleção tinha em sua delegação um major-brigadeiro como chefe, Jerônimo Bastos, além de um major, Roberto Câmara Lima Ipiranga dos Guarany's, um capitão, Cláudio Coutinho e um tenente, Raul Carlesso. A idéia de que o coletivo prevalecia sobre o individual e que só se conseguiria o sucesso com harmonia e ordem, eram usados pela ditadura na seleção.

Se Getúlio experimentou pela primeira vez uma Copa do Mundo ao vivo via rádio e isso foi fundamental para a integração nacional desejada por ele, o que dizer da Copa de 1970? Pela primeira vez uma Copa do mundo era transmitida ao vivo e a cores pela televisão, 16 estados e o distrito federal assistiram à Copa do Mundo.



...levando em conta que o fato de que a transmissão ao vivo era uma novidade tecnológica excitante, é praticamente impossível dimensionar exatamente a explosão de sentimentos que a Copa do Mundo de 1970 proporcionou aos brasileiros. A propaganda oficial do governo explorou isso. Numa peça da Agência Especial de Relações Públicas (AERP) veiculada pela TV em março de 1970, que mostrava um gol de Tostão pela seleção brasileira, dizia-se que o futebol e a vida se equivaliam: “O sucesso de todos depende da participação de cada um. (GUTERMAN, 2009, p. 182)

Já nos anos 60 as telenovelas eram sucesso de audiência e mostravam que os brasileiros estavam seduzidos pelas imagens geradas pela televisão. Esse veículo ajudou a disseminar o discurso de unidade nacional pretendida pelos militares, contribuindo decisivamente para sua afirmação no poder e ampliando sua popularidade.

Mas foi na década de 70 que a televisão ganhou o país. Os militares perceberam ainda mais a força desse novo veículo de comunicação e incentivaram a compra dos aparelhos, o que os levou a uma penetração de 24,1% da população. Os televisores antigos preto e branco eram trocados pelos coloridos que recebiam durante a Copa do Mundo do México, em caráter experimental, os primeiros sinais de televisão colorida via satélite no país. Era um luxo que poucos puderam utilizar, mas já demonstrava o quanto a televisão seria importante na cultura nacional e na divulgação e proliferação de discursos.

A cobertura feita pelas emissoras de TV, rádio e jornais nessa Copa retratava o que acontecia na imprensa do país. Críticas sobre a seleção eram entendidas como críticas ao regime. Mas, ao contrário do monopólio das organizações Byington em 1938, o regime criou um “pool” de emissoras para transmitir a Copa de 1970, chamado Rede Brasileira de Televisão. Dentre as emissoras que participaram desse “pool” estavam a Rede Globo de Televisão e a Rede Bandeirantes. O pool também visava passar a idéia de unidade nacional, todas as emissoras juntas pelo objetivo único: o Brasil. E também ajudou no discurso para validar o governo, uma vez que cedendo o direito a várias emissoras passava-se a idéia de democratização nas informações.

A estreia do Brasil não poderia ter sido melhor: 4 a 1 na Tchecoslováquia com uma exibição de gala. A imprensa exaltava as qualidades do time, que jogava o futebol verdadeiramente brasileiro e este texto da seção Sumário da Folha de São Paulo demonstra o valor político daquela seleção:

Saibam todos que Pelé, Jair e Rivelino, com os tentos que marcaram, conseguiram esvaziar boa parte dos descontentamentos a que aludíamos e deram ao presidente Médici uma colaboração valiosíssima.(...)Realmente, tudo leva a crer que, se a seleção brasileira levantar a Copa do mundo, o acontecimento terá repercussões profundas para o país, dentro e fora dele. Na



esfera interna , nem se fala. (...) As metas de uma administração dependem das metas nos campos esportivos. No caso brasileiro, essa interdependência é ainda mais profunda, de vez que nosso esporte, o futebol, está entranhado nas obras mais íntimas da alma popular(...) Por isso mesmo o governo do presidente Médici andou bem em emprestar apoio ao nosso selecionado que pejeja nos gramados estrangeiros. (FOLHA de SÃO PAULO apud.GUTERMAN, 2009, p. 174)

O segundo jogo foi contra os ingleses, as duas últimas seleções campeãs do mundo, num grande jogo o Brasil venceu por 1 a 0. Médici mandou um telegrama para a delegação brasileira parabenizando pela vitória. O terceiro jogo contra a Romênia, vitória de 3 a 2 para o Brasil e a classificação para as quartas de final. O adversário na segunda fase seria o Peru, vitória do Brasil por 4 a 2 e dessa vez Médici ligou para a comissão técnica e mandou dizer aos jogadores que confiava na “nossa vitória final”.

Na semifinal o adversário seria o Uruguai. Impossível falar de Brasil e Uruguai em Copa do Mundo e não se lembrar de 1950. No dia do jogo, 40 guerrilheiros que o governo trocara pelo embaixador alemão Ehenfried Anton Theodor Ludwig Von Holleben, iam para o exílio na Argélia. O governo tratou de usar a Copa para tratar os “subversivos” como desagregadores do Brasil. Afirmou-se até que o sequestro estava desestabilizando os jogadores no México e que atos como esse eram um mal para a nação que, unida e que com “todos juntos”, estavam levando o país para o desenvolvimento, “prá frente”. A nota da Folha de São Paulo revela a força do regime em ditar as matérias conforme seu interesse:

Causou profundo impacto na seleção a notícia chegada ao México sobre o sequestro do embaixador alemão. Pelé, Brito, Rivelino, Clodoaldo e outros craques lamentaram que maus traidores e criminosos venham quebrar a tranquilidade e entusiasmo da seleção. Lamentaram nossos craques que os terroristas, a serviço de países comunistas, tentem com atos criminosos atingir um país amigo.(ESTADO DE SÃO PAULO apud. GUTERMAN, 2009, p. 177)

O Brasil venceu o Uruguai por 3 a 1 e estava na final da Copa. Toda a pressão, toda a mobilização nacional criada estava a um jogo do grande objetivo. Ninguém no governo aceitaria outro resultado que não fosse a conquista definitiva da Jules Rimet. A vitória por 4 a 1 sobre a Itália eternizou uma seleção cheia de craques.

A ditadura militar recebeu os jogadores em Brasília, usou da conquista para defender suas idéias e o clima de alegria ajudou a esconder o que acontecia nos porões do regime, em sua época mais dura e cruel. Depois da Copa nos tornamos o país do futebol, mundialmente conhecido. A ditadura usou o futebol como propaganda e a vitória da seleção ajudou a passar uma idéia de que estava-se no caminho certo da



nação, o milagre brasileiro estava concretizado. Além disso, ajudou a fazer de Médici um homem popular, que gostava de futebol e torcia pela seleção como qualquer outro brasileiro, desta vez ao invés do rádio, pela televisão.

Na Copa de 1974, também explorada pelos militares, houve um verdadeiro “boom” das televisões coloridas no país, consolidando sua importância na sociedade brasileira. Só para se ter uma idéia do impacto da Copa na venda de televisores e no impacto dentro da sociedade brasileira, a chegada do homem a lua teve menos audiência do que o jogo Brasil e Inglaterra em 1970. É claro que na época do jogo tínhamos mais televisores do que um ano antes. (EGYPTO,1970)

Toda a unidade e identificação nacional através do futebol, iniciado por Vargas em 1938 se concretizou e se enraizou de forma soberana na cultura nacional após a Copa de 1970. O regime militar entendeu que esse processo estava concretizado e após criar a loteria esportiva em 1969, ainda no governo Costa e Silva, criou o Campeonato Brasileiro. Antes disputado com o nome de Roberto Gomes Pedroza, Taça Brasil e Torneio Rio São Paulo, o Brasileirão foi adaptado aos projetos do governo para unir o país através do futebol, demonstrando sua grandeza.. Assim, o campeonato teve um inchaço de times e a evolução do número de participantes era o reflexo do desgaste da ditadura que ganhou um bordão. “Onde a Arena vai mal um time no nacional”. Em 1979 o campeonato teve 94 times. Além disso, construiu estádios com capacidades gigantescas em todo país, como o Colosso do Arruda em Recife, tudo para integrar multidões através do futebol.

Considerações finais

Mesmo em tempos de democracia, todos os presidentes que tiveram a seleção brasileira campeã do mundo durante seu mandato, usaram do título para propaganda do governo. Desfile em carro de bombeiro nas principais cidades do país, entrega de medalhas no Palácio do Planalto, palpites em escalação do time, aprovar ou não uma convocação de um jogador, tudo isso foi feito pelos presidentes. É uma ação que os torna populares, como qualquer brasileiro, cada um tem seu time, suas críticas, seu amor por um clube. Destaca-se também o fato do ano de eleições nacionais e estaduais coincidirem com ano de Copa do Mundo. A onda de patriotismo e nacionalismo começa em junho, antes das eleições em outubro, associando política e futebol, demonstrando sua importância no país. Usado pela política como afirmação de um governo ou como



ponte para uma onda de positivismo após conquistas, o futebol tem um papel único na sociedade brasileira.

Seja em 1938 com o rádio, ou em 1970 com a televisão, os meios de comunicação de massa ajudaram na difusão das idéias pretendidas pelos governantes de cada época, e contribuíram para unir o país em torno de um aparelho para torcer por 11 homens que levavam o nome do Brasil em uma camisa de futebol e, cada um na sua proporção, ajudou os dirigentes da nação a alcançarem seus objetivos.

REFERÊNCIAS

BOSCHILIA, Bruno; MARCHI, Wanderley Jr. **Identidade nacional e a Copa do Mundo de 1938**. Buenos Aires: Revista Digital - Ano 11 - N° 102, 2006

EGYPTO, Luiz. “Futebol atraiu mais gente à TV que a chegada à lua”.In: *O Globo*, 09/06/1970;

FRANZINI, Fábio. **Corações na ponta da chuteira: capítulos iniciais da história do futebol brasileiro** (1919-1938).Rio de Janeiro: DP&A, 2003.

GUEDES, Simoni L. **O Brasil no campo de futebol**. Estudos antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro. Niterói: EDUFF, 1998.

GUERRA, Márcio de Oliveira. **Rádio x TV: O jogo da narração**. A imaginação entra em campo e seduz o torcedor. Rio de Janeiro, 2006. Tese(Doutorado em Comunicação) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2006

GUTERMAN, Marcos. **O futebol explica o Brasil**: uma história da maior expressão popular do país. São Paulo: Contexto, 2009.

NASCIMENTO, Paulo Henrique do. **A copa do mundo de 1938: nacionalismo e a identidade nacional brasileira em campo**. *Histórica – Revista Eletrônica do Arquivo Público do Estado de São Paulo*, n.30, 2008.

NEGREIROS, Plínio José Labriola de C. **O futebol e identidade nacional: o caso da copa de 1938**. Departamento de História Universidade Federal do Paraná (Brasil),1998. Disponível em www.efdeportes.com/efd10/copa381.htm. Acesso em: 20mar.2010

ORTRIWANO, Gisela Swetlana. **França 1938, III Copa do mundo O rádio brasileiro estava lá**. Universidade de São Paulo ECA, 2000.

RIBEIRO, Luiz Carlos. **Brasil: futebol e identidade nacional**. Departamento de História. Universidade Federal do Paraná. Disponível em: [HTTP://www.efdeportes.com/efd56/futebol.htm](http://www.efdeportes.com/efd56/futebol.htm). Acesso em: 20mar.2010

SOARES, Edileuza. **A bola no ar: o rádio esportivo em São Paulo**. São Paulo: Summus editorial LTDA, 1994.

VARGAS, Getúlio. **Diário / apresentação de Celina Vargas do Amaral Peixoto**; edição de Leda Soares. São Paulo: Siciliano; Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1995, v. 2.